

Artículo de investigación, Recibido: 02-10-2023, Aceptado: 24-11-2023

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

Project for the creation of a nature tourism product. Lost jewels of Matanzas

Zulay de la Caridad Quintana Griñane. Universidad de Matanzas. Matanzas. Cuba.

zulay.quintana@umcc.cu

Lorena Sofía Figueredo Rosales. Universidad de Matanzas. Matanzas. Cuba.

lorena.figueredo@umcc.cu

Jennifer Pérez Rosabal. Universidad de Matanzas. Matanzas. Cuba.

jennifer.perez@umcc.cu

Resumen

El ecoturismo más que visitar el entorno natural, lo que busca es educar a los turistas sobre la importancia de conservar estos lugares. Cuba cuenta con un potencial turístico de invaluable riqueza, variedad y reconocimiento a nivel internacional para el desarrollo de esta modalidad turística, pero no se aprovechan al máximo las maravillas naturales que posee. En la actualidad las cuevas existentes en la ciudad de Matanzas poseen múltiples potencialidades que no se han tomado en cuenta para su aprovechamiento en la actividad turística de dicha ciudad. Por lo que el presente trabajo tiene como objetivo: Diseñar una ruta turística natural por el relieve cársico de la Ciudad de Matanzas "Hidden Gems of Matanzas". Para la realización de la metodología se emplearon diversos métodos, técnicas y herramientas entre las que se destacan la revisión bibliográfica, encuestas, la entrevista, diversas matrices para el procesamiento y recogida de información

Palabras claves: ecoturismo; potencialidades; ruta turística.

Abstract

Ecotourism, more than visiting the natural environment, seeks to educate tourists about the importance of conserving these places. Cuba has a tourist potential of invaluable wealth, variety and international recognition for the development of this type of tourism, but the natural wonders it has are not used to the fullest. Currently, the existing caves in the city of Matanzas have multiple potentialities that have not been taken into account for their use in the tourist activity of said city. Therefore, the objective of this work is: Design a natural tourist route through the karst relief of the City of Matanzas "Hidden Gems of Matanzas". For the carrying out the methodology, various methods were used. techniques and tools among which the bibliographic review and surveys stand out. the interview. various matrices for processing if information collection.

Keywords: ecotourism potentialities; tourist route

Introducción

Cuba cuenta con un potencial turístico de invaluable riqueza, variedad y reconocimiento a nivel internacional para el desarrollo de la modalidad turística de ecoturismo, pero no se aprovechan al máximo las maravillas naturales que posee. Un ejemplo clave donde se desbordan las potencialidades para el turismo de naturaleza lo podemos ver en la ciudad de Matanzas, la Atenas de Cuba, la cual goza de un amplio potencial de recursos turísticos que incluyen playas, cuevas, ríos, paisajes naturales y fondos marinos. Matanzas posee un grupo de joyas naturales que la hacen única, entre ellas podemos encontrar sus diversas cuevas en las que abundan bellas formaciones cristalinas de calcita y aragonito. En la actualidad las cuevas existentes en la ciudad de Matanzas poseen múltiples potencialidades que no se han tomado en cuenta para su aprovechamiento en la actividad turística de dicha ciudad. Por lo que el presente trabajo tiene como objetivo: Diseñar una ruta turística natural por el relieve cársico de la Ciudad de Matanzas "Hidden Gems of Matanzas".

Para su realización se emplea una metodología de elaboración propia a partir del análisis de Bravo. M. & Intriago, B. (2015) y Castillo, (2015). La misma será aplicada de forma parcial.

Para la realización de la metodología se emplearon diversos métodos, técnicas y herramientas entre las que se destacan la revisión bibliográfica, encuestas, la entrevista, diversas matrices para el procesamiento y recogida de información.

Los métodos teóricos empleados en la investigación fueron el método de Análisis y Síntesis de la información recopilada. El método de Investigación-acción: utilizado para indagar en cuestiones de mejora y cambios. Lo que supone un incremento de los ingresos para la instalación encargada de llevarlo a cabo, Ecotur.

Los Métodos Empíricos que se emplearon fueron: Observación, que se llevó a cabo para conocer y analizar el comportamiento de los clientes respecto a los productos turísticos que se ofertan en la ciudad de Matanzas. Como técnica aplicada en este método se empleó la observación no participante.

Desarrollo

1. Análisis y caracterización de la Agencia de Viajes para el cual será creado el producto:

Agencia de Viajes Ecotur, Sucursal Varadero Centro:

La Agencia de Viajes Ecotur S.A. fue creada como una necesidad de la Empresa Nacional para la Protección de la Flora y la Fauna del Ministerio de la Agricultura de contar con una estructura que permitiera promover y comercializar sus productos turísticos sobre todo localizados en Áreas Protegidas y otros espacios naturales de su administración a los clientes mayoristas presentes en el país, representados por turoperadores extranjeros, agencias de viajes cubanas e incluso turistas libres llegados desde el exterior. La misma se constituyó legalmente el 13 de agosto de 1996 mediante Escritura Pública No. 1556, inscrita en el Registro Central de Compañías Anónimas al Libro 162, Folio 210, Hoja 1664, Sección segunda y en el Registro Mercantil Segundo de la Habana al Libro 670, Folio 210, Hoja 6744, inscripción primera, con sede en Avenida Independencia No. 116 entre Avenida 26 y km 12, Cerro, La Habana. No sería hasta finales de agosto de 1998 que se crearía la representación de dicha agencia en Varadero, siendo su sede adjunta a la oficina de Conservación de la Empresa de Flora y Fauna

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

de la provincia de Matanzas, perteneciente al Ministerio de la Agricultura (MINAGRI) y patrocinada por el Comandante de la Revolución Guillermo García Frías bajo la dirección vertical de Loreta García.

En la actualidad la agencia está situada en 1ra Avenida y Calle 27 de Varadero, provincia de Matanzas, se encuentra a 30 Km (30 min) del Aeropuerto Internacional Juan Gualberto Gómez y a unos 160 Km del Aeropuerto Internacional José Martí, ambos con una infraestructura y acceso vial en óptimas condiciones.

La Agencia de Viajes Ecotur Varadero, tiene como Objeto Social la organización de viajes de turistas a Cuba y de servicios para los mismos, actuando como intermediario entre los prestatarios de los diferentes servicios turísticos y los clientes, realizar servicios de receptivo en aeropuertos, a tour operadores, turistas individuales o en grupos, así como la representación a tour operadores y agencias de viajes extranjeras.

Misión y visión:

Misión: Ofrecer la promoción y venta de servicios turísticos de naturaleza y especializados, dirigidos a segmentos de mercado ecológicamente responsables, haciendo un uso sostenible de los recursos naturales.

Visión: Ser agencia de viaje líder en la comercialización del turismo de naturaleza y especializado en Cuba.

En cuanto a su objeto social, se rige por lo establecido por el Grupo Empresarial Agencia de Viaje Ecotur S.A, siendo diseñado y gestionado a programas especializados en diversas modalidades turísticas: excursiones; caminatas por senderos; visitas a criaderos y reservorios de animales; observación de aves; cabalgatas; excursiones en embarcaciones; buceo contemplativo; snorkeling; pesca deportiva; programas de ciclismo; servicios de jeep en excursiones con guías especializados; alojamiento rural en fincas y establecimientos; atención especializada a turistas VIP; grupos FAM y viajes de prospección; servicio de guías especializados; servicio de turismo de incentivo especializado; servicio de asistencia y representación; organización de eventos especializados; visita a acuarios, zoológicos, botánicos, parques naturales, museos de ciencia natural sitios RAMSAR, áreas protegidas y reservas de la Biosfera; comercializador exclusivo de la empresa nacional para la protección de la flora y fauna; servicio de representación de agencia; contrataciones de cara al exterior y comercialización de paquetes turísticos hacia el exterior; agencia de viajes receptiva.

La excelente situación geográfica y la privilegiada zona de playa hacen de Ecotur Varadero, unas de las agencias con más elevado porcentaje de ocupación lineal en el año; al ser la que más aporta ingresos y utilidades al Grupo de Agencias de Viajes Ecotur, además, como toda empresa en cualquier esfera de los negocios, debe ser planificada, organizada, conducida y administrada de manera profesional, lo que conlleva a una buena formación empresarial y un gran dominio en el campo de los negocios de viajes, ya que en esta es donde se desarrollan sus actividades empresariales.

Los Principales competidores de la Agencia son:

- Agencia de Viajes Cubanacan S.A
- Agencia de Viajes Gaviotatours S.A
- Agencia de Viajes Paradisus S.A
- Agencia de Viajes Havanaturs S.A
- Agencia de Viajes Cubatur S.A.

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

Los principales países emisores son: Canadá, Alemania, Francia, España, Holanda, Inglaterra, Rusia y Latino América.

Segmentos de mercado que atiende:

- Grupos de incentivos en plan de vacaciones, destacándose los Jeep Safari y las excursiones privadas.
- Observación de Aves, Pesca Deportiva, Actividades Cinegéticas, Paracaidismo, Actividades Náuticas entre otras, relacionadas todas con el entorno natural.

2. Análisis de la oferta:

Debido a que la agencia de viajes se dedica al producto de naturaleza y todas sus variantes, la cartera de productos está conformada en su mayoría por excursiones realizadas en jeep, las cuales pueden tener una duración de uno a tres días, este tipo de producto es el único que tiene disponible la agencia en la actual temporada, con visitas que incluyen numerosos lugares de naturaleza que son de interés para los visitantes como Soroa, las cuevas de Bellamar, Ciénaga de Zapata, el Nicho de Cienfuegos y Trinidad, Viñales, entre otros destinos.

Para la realización de un análisis más profundo de los productos de la entidad será necesario elaborar una Matriz BCG, herramienta que ayuda a determinar la situación y futuro de cada producto, clasificando los productos en cuatro categorías: estrella, vaca, incógnita y perro.

En la matriz BCG elaborada para la agencia, se considera como producto estrella al “Jeep Safari Nature Tour” debido a que es el producto más vendido en la actualidad por la agencia, que genera mayor cantidad de efectivo y que a su vez constituye una posibilidad de inversiones futuras en nuevas rutas manteniendo la temática, asimismo este producto es uno de los líderes actuales en el mercado creciente del destino Varadero, por lo que se trata de confeccionar recorridos cada vez más exclusivos que prolonguen el mantenimiento de este producto como producto estrella.

El producto vaca de la agencia lo constituye “Jeep Nature Tour Observación de Aves”, hay que aclarar que esta actividad puede incluirse como parte de los recorridos en otras excursiones por lo que se hará referencia a esta de forma particular. Esta modalidad genera gran cantidad de flujo de efectivo y es a la vez la más rentable, debido a que minimiza la contratación de prestatarios, al solo ser necesario priorizar el transporte y la alimentación, pues la esencia de producto no concibe coste alguno, por lo que no se necesita de una alta inversión. La única desventaja que presenta esta modalidad la constituye su estacionalidad, debido a que hay algunas aves que solo se pueden apreciar en ciertas épocas del año como consecuencia de ciclos migratorios.

El producto incógnita de la agencia lo constituyen los recorridos en motos, triciclos y bicicletas, conocido como “Cicloturismo” debido a que es un producto novedoso y de nueva inversión, el cual resulta atractivo y de rápido crecimiento en el mercado, pero que a su vez representan una fuerte inversión que consume mucho efectivo, debido a que para esta actividad es necesario rentar o adquirir medios de transportes generalmente ligeros que son imprescindibles para la realización de la modalidad.

Por último, se considera como el producto perro de la agencia a la ruta “Cienfuegos, Topes, Trinidad Overnight” en la modalidad de autobús, debido a que los clientes prefieren productos lo más exclusivos posible, incluso escogen confeccionar sus propios circuitos, manteniendo la modalidad correspondiente. Este producto es el que genera mayor cantidad de costos debido a que la contratación de los autobuses con la empresa Transtur le resulta altamente costosa, por lo que sube el precio de la excursión por encima de la media y genera pérdidas a la entidad. Se recomienda realizar negociaciones con dicha

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

empresa transportista para tratar de llegar a acuerdos que disminuyan el precio de estas rentas, no siendo esto posible se aconseja que sea removido del portafolio ya que solo consume recursos y no aporta beneficios.

3. Análisis de la demanda:

Para lograr la utilización correcta de las variables de segmentación del mercado, se confeccionó una guía de entrevista que fue aplicada en varios lugares del destino Varadero tales como el café “El Caribeño”, el Boulevard y el centro comercial “Plaza América”, a treinta turistas, de los cuales 15 eran internacionales y 15 nacionales. Este análisis nos permitió concluir que el segmento de mercado meta para la agencia y para el producto a crear lo constituyen los turistas internacionales de 21 a 40 años, que viajan varias veces al año, prefieren el turismo de sol y playa y de naturaleza, y prefieren como vías de comunicación el uso de internet. Esta segmentación servirá posteriormente para la toma de decisiones y el diseño de contenidos dirigidos hacia este segmento de mercado.

4. Diseño del producto:

El recorrido propuesto se enrumbará hacia sitios naturales que distinguen la provincia de Matanzas y forman parte de la identidad yumurina como elementos representativos de este maravilloso espacio geográfico dentro de la isla, incluyendo a otros sitios menos conocidos que también forman parte de la historia, la esplendorosa naturaleza y los regalos de la Atenas de Cuba. El sistema cavernario que circunda la ciudad de Matanzas está formado por grutas que asumen disímiles características, van desde kilómetros de recorrido hasta pequeños pasillos angostos de difícil acceso para el hombre. Estos accidentes geográficos en disímiles momentos sirvieron como refugio, primeramente, al hombre primitivo y después a los cimarrones, mambises y rebeldes, quienes se resguardaron en su interior de la lluvia, el frío o el asecho enemigo. En este sentido las espeluncas matanceras han desempeñado un importante papel dentro de la historiografía local. Debido a lo novedoso y llamativo que resultan estos lugares, y a que la agencia de Viajes Ecotur no presenta ningún producto con una temática similar se propone la creación de un producto turístico llamado: Hidden Gems of Matanzas o Joyas Escondidas de Matanzas en español. Dicho producto adopta la modalidad de excursión con guía especializado en varios idiomas, la misma inicia en la Caverna de Santa Catalina localizada en las cercanías del poblado de Carbonera, gruta que resulta singular debido a que contiene las únicas estalagmitas de arena de calcita y aragonito conocidas, similares a hongos de champiñón constituyendo una joya del patrimonio espeleológico global, además la cueva fue declarada Monumento Nacional, contiene dibujos rupestres entre otras evidencias de presencia aborígen, y fue encontrado en su interior el único esqueleto fósil reportado en la Mayor de Las Antillas. Luego se trasladarán hacia la Cueva Saturno, que cobija un pequeño lago, en cuyo interior se pueden encontrar peces y otras especies características de la fauna acuática cubana que habita las aguas subterráneas, pudiéndose practicar actividades acuáticas como la natación, el buceo y el snorkel, el baño en la cueva es opcional, pues se puede disfrutar además de la maravillosa e impresionante vista. Luego de esto se tomará un pequeño descanso para almorzar en el Bar-Restaurante “La Gruta” ubicado en el paseo Narváez, en el propio centro de la ciudad de Matanzas, dicho lugar fue escogido porque corresponde con la temática de producto, al estar ambientado con una exposición de fotos relacionadas al sistema cavernario matancero, el almuerzo será un menú dirigido de comida criolla que incluye postre y una bebida. Siguiendo la hoja de ruta la próxima parada será en las Cuevas de Bellamar, que constituyen un auténtico punto de referencia de la ciudad, contiene

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

asombrosas estalactitas, estalagmitas y helicitas, además presenta un insólito fenómeno natural que consiste en cristales macizos de calcito que cuelgan de las estalactitas, y que llaman la atención a las personas que la visitan. La próxima parada consiste en la Cueva de la Pluma la cual se encuentra bien conservada y posee gran belleza, presenta lagos subterráneos en su interior y pictografías en blanco, negro y rojo con un total de 27 dibujos, formando parte del Sistema Provincial de Áreas Protegidas de Matanzas. La última parada será en el mirador de Bacunayagua donde se podrá contemplar el esplendor de la naturaleza y los encantos del mar, además de degustar una refrescante piña colada, que constituye la especialidad de la casa. Luego de esto se hará el retorno hacia Varadero, punto de inicio de la excursión.

5. Creación del itinerario:

Tabla 1. Creación del itinerario diseñado.

EXCURSIÓN: HIDDEN GEMS OF MATANZAS			
No.	Horario	Actividades	Observaciones
1	07:45-08:30	Recogida de clientes en los hoteles y salida de Varadero	
2	08:30-09:00	Traslado hacia las Cuevas de Santa Catalina	
3	09:00-10:30	Recorrido por las Cuevas de Santa Catalina	
4	10:30-10:50	Traslado hacia las Cuevas de Saturno	
5	10:50-13:00	Baño y buceo en las Cuevas de Saturno	equipamiento de buceo (opcional)
6	13:00-13:30	Traslado hacia el Bar-Restaurante "La Gruta"	
7	13:30-14:30	Almuerzo en el Bar-Restaurante "La Gruta"	Incluye una bebida
8	14:30-15:00	Traslado hacia las Cuevas de Bellamar	
9	15:00-16:30	Recorrido por las Cuevas de Bellamar	
10	16:30-17:00	Traslado hacia las Cuevas de la Pluma	
11	17:00-18:00	Recorrido por las Cuevas de la Pluma	
12	18:00-18:15	Traslado hacia el mirador de Bacunayagua	
13	18:15-18:45	Visita al mirador de Bacunayagua	Incluye una piña colada
14	18:45-20:00	Regreso a los hoteles	

Fuente: elaboración propia.

6. Selección de proveedores.

Para la conformación del producto turístico será necesaria la contratación de prestatarios que posibilite el aseguramiento de los elementos que complementan la oferta. En este caso se identifican tres prestatarios: Transtur, como empresa transportista; Palmares, y un Trabajador por Cuenta Propia (TCP) encargado de la alimentación.

PRESTATARIOS			
No.	PRESTATARIOS	HORA	OBSERVACIONES
1	TRANSTUR		ÓMNIBUS 16 PLAZAS
	TRF Recogida de clientes en los hoteles y salida de	7:45	

Proyecto para la creación de un producto turístico de naturaleza. Joyas Perdidas de Matanzas

	Varadero		
	TRF Traslado hacia las Cuevas de Santa Catalina	8:30	
	TRF Traslado hacia las Cuevas de Saturno	10:30	
	TRF Traslado hacia el Bar-Restaurante "La Gruta"	13:00	
	TRF Traslado hacia las Cuevas de Bellamar	14:30	
	TRF Traslado hacia las Cuevas de la Pluma	16:30	
	TRF Traslado hacia el mirador de Bacunayagua	18:00	
	TRF Regreso a los hoteles	18:45	
2	TCP: RESTAURACIÓN		Comida criolla
	Bar-Restaurante "La Gruta"	13:30	
3	PALAMARES		
	Visita a las Cuevas de Saturno	10:50	Equipamiento de buceo
	Visita a las Cuevas de Bellamar	14:30	
	Visita al mirador de Bacunayagua	18:15	

Fuente: elaboración propia.

9. Control de calidad y seguimiento de la venta:

Las vías para recibir solicitudes de los clientes pueden ser a través de teléfono, correo electrónico, página web y de forma presencial en los burós de ventas de la agencia. El personal entrenado para los bookings y reservas debe tener conocimientos sobre el paquete turístico y estar capacitado para responder preguntas y brindar información adicional a los clientes. Un ejemplo de documento de venta sería un voucher que incluya los detalles del paquete turístico, fechas, itinerario y precio.

Aspectos de calidad y respuestas a reclamaciones:

Para mantener los estándares de calidad que defiende la política de la empresa, es importante contar con un equipo de guías turísticos capacitados y amables, transporte seguro y cómodo, y proveedores confiables para las actividades incluidas en el paquete. También es importante brindar información clara y oportuna a los clientes sobre cualquier cambio o imprevisto que pueda surgir durante el viaje.

Las reclamaciones deben ser atendidas de manera rápida y efectiva, ofreciendo soluciones adecuadas para compensar cualquier afectación en los servicios. Se pueden realizar encuestas de satisfacción para evaluar la calidad del paquete turístico, preguntando sobre aspectos como la atención al cliente, la calidad de los servicios y la satisfacción general con el paquete. Algunas acciones para perfeccionar el paquete pueden incluir ajustes en las actividades incluidas o la selección de proveedores de mayor calidad.

Formas de Promoción:

Las vías para promocionar el paquete turístico pueden incluir publicidad en redes sociales, anuncios en medios locales, promociones especiales para grupos o descuentos para clientes recurrentes. También se pueden realizar alianzas con agencias de viajes y empresas locales para aumentar la visibilidad del paquete turístico.

Conclusiones

Con la realización de esta investigación quedan sentadas las bases para llevar a cabo un producto para aprovechar las potencialidades del sistema cavernario de Matanzas. Basado en los métodos, técnicas y herramientas quedó elaborado paso a paso el itinerario, los precios y proveedores para llevar a vías de hecho la ruta. Queda determinada la posibilidad y los medios para el desarrollo de la excursión como producto nuevo para la agencia de viajes Ecotur especializada en productos de naturaleza.

Referencias bibliográficas

1. Gómez, D. (28 de noviembre de 2017). Qué son los nichos de mercado, sus beneficios y ejemplos prácticos. Obtenido de bienpensado.com.
2. Loscertales, B (1999) "El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. El caso de Aragón" En Geographicalia, Ed: Departamento de Geografía y ordenación del Territorio de Zaragoza.
3. Malhotra, N. (1997). Segunda Edición, Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Prentice Hall.
4. Martín, R., (2010). Principios, organización y práctica del turismo. La Habana: Ed. Félix Valera.
5. Rodríguez, J. L., (2014). El turismo rural en Cuba. Conferencia. Seminario sobre turismo rural. Artemisa, Cuba.
1. Aedave. 2003. Aedave.es. Certificación y normalización en agencias de viajes. [En línea] 2003. [Citado el: 13 de noviembre de 2007.] <http://www.aedave.es/>.
2. Aja Quiroga, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. [Consulta: junio 2009]. Disponible en: <http://bvs.sld.cu/revistas>
3. León, N. (2008). Gestión de la innovación tecnológica en el mundo empresarial del S.XXI. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos37/innovacion-tecnologica-empresarial/innovacion-tecnologica-empresarial.shtml>[Links]
4. OMT, (2001), Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. Disponible en: https://es.slideshare.net/david20/apuntes-de-metodologia-de-lainvestigacion-en-turismo-omt-2001?from_action=save.
5. Muñiz, R., (2011). Concepto de investigación de mercados. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>[Links]